

奈良県観光戦略本部 平城宮跡周辺エリア部会（第3回） 議事概要

日 時：令和6年12月16日（月）15:00～17:00

場 所：奈良県庁本庁舎主棟 5階 第一応接室

出席者：部会委員長／内藤廣

部 会 委 員／青柳正規、磯部洋子(WEB)、鶴殿裕(WEB)、大木秀晃、杉山尚美、馬場基、
藤本壮介 (WEB)、湯山壮一郎 (WEB)

オブザーバー／柳澤秋介

欠席者：部 会 委 員／平賀達也

1. 開会

2. 資料説明

3. 意見交換

（1）平城宮跡のあり方（素案）

- ・大宮通りの南側のエリアは思い切った案を提案してもよいと考えている。
- ・レストラン、オーベルジュ的な宿泊施設にしても、やっぱり奈良、それだけのコンテンツがある。そこはしっかり議論すべき。他地域であるものが儲かっているから、この場所でもではなく、議論をして深めていった方が良いものができる。
- ・例えばレストラン一つにしても、ストーリーをちゃんと考えるべき。そこでちゃんとお酒のストーリーが学べるとか、お酒の体験ができるとか、所縁の地に繋げていける、深い学びになるものを作っていく必要がある。
- ・奈良は酒造りの歴史も残っている。平城宮跡にも関連資料があり、これを活用して、もうちょっと形にすると面白い。
- ・奈良には、まだ、お祭りや信仰が生きている。そこが奈良の一番の特徴。本プロジェクトが、奈良の歴史に引きずられているところがあってもいい。
- ・平城宮跡を中心に、河川軸で周辺の空間を繋げるようなマスタープランを検討し、かつての平城京の空間構造を再現してみたらどうか。
- ・しっかりメッセージを伝えられるインパクトのある、しかも奈良に繋がるなにかを見つけるのはありではないか。今まで日常的に目にすることがなかった、上からの目線や視点で平城宮跡の姿を見られると、いろいろ価値を創造できる可能性がある。
- ・施設全体のメッセージを体现するとなると、区画ごとに機能を持たせつつ、それを入れていくところにオーバーシップを持たせることがすごく重要。
- ・平城宮跡の中だけを考えるのではなく、平城宮周辺の滞在時間を増やす工夫や、既に賑わっているエリアとのアクセスの強化といった取組を併せて進めることでよい循環が生まれるのではないか。
- ・自動車のアクセスを十分に確保するとなると、施設よりも大きい駐車場が必要になる。団体客や自家用車、次世代型モビリティなど、交通手段についても十分に検討する必要がある。
- ・マネタイズするとなると、夜のにぎわいというのが客単価で変わってくる。この場所で働く人にとっても交通は重要。
- ・例えば、クルックフィールズでは、住み込みで働く人たちと一緒に体験ができる。酒造りやレ

ストラン、ものづくりをしている人たちのところに訪れて、一緒に夜まで体験ができるとお金を落とし単価も増える側面がある。

- ・奈良の特徴というのは、ずっとスカイラインが綺麗に見えるという空の広さ。奈良は都じゃなかった時代が長い。そういう意味では、本当の先端性は似合わない側面もある。
- ・奈良だからこそその歴史の中で、次の未来へのメッセージがうまくコンセプトに伝わるというのかなと感じたところ。
- ・奈良はやっぱり精神文化的なところの学びが大きい。残しておくべきものをちゃんと残している場があるとか、お祭りが残っているなど、平城宮跡で発信できているとか、体験できるとか、がとても大切。
- ・平城京の文脈をしっかりとくみ取ったうえでものづくりができる若いクリエイティブな人たちを呼び込むためのプログラムが必要。
- ・変革が激しい時代なので、そんなに作り込まずに余白を残して、そこから進化していけるような形にという考え方もある。
- ・第3回部会の意見を集約すると、「シンボリックなもの、新しいビスタを作る」、「河川やエリアも含めた面的に整備する」、「奈良の食文化を活かす」、「奈良の祭りを巻き込む」、「プロセスを楽しむ」、「次世代型モビリティなどの交通アクセスを充実する」、「戦略的に情報を発信する」などの意見が挙げられた。

（２）事業手法（素案）

- ・完全に民設民営ではなく、公共がコントロールできるような発言権を残して民営化する必要がある。
- ・民営の中に、競争原理を働かせる仕組みを作るべき。民間事業者選ばれた後も賑わいを競ってもらおう。民間が入れば儲かるという事でもないの、入ったテナントを業績に応じて入れ替えるなど、民間の中にも競争原理があるべき。
- ・京都の新風館など、上にホテルを入れて、下はテナントとして、いろんな競争原理を働かせ、参入できるような形にしている事例がある。
- ・全体で常に考え続けられないといけない。それぞれの場所がバラバラなものになることはありがち。そういう意味でも全体のところをちゃんと握ることが重要。
- ・なるべく民間事業者のファイナンスで考えることが重要。そのうえで、国の方でも、施設含め、観光や地域創成関連の補助金や交付金は拡充されているので柔軟に活用して頂きたい。
- ・これは検討を要する点だが、収益性、事業性を考える際に、平常宮跡エリアだけ単体の収支でみるのではなく、例えばエリア単体で県の収支はマイナスだけでも、来訪者の増加や県内での宿泊、飲食など県全体で見れば税収の増加が期待できるなど、トータルで含めて考えるというやり方はある。
- ・現状ほぼ何もない状態から集客性・訴求性のある場所を創り上げていくには、そのプロセス自体に付加価値、訴求性を持たせることが必要。ある日誰かが作ったものに人を集めるのではなく、クリエイティブな人々と価値あるものを創るプロセスそのものを地域が感じ、共有し、一緒に創り上げていくような主体的なものとするべき。単なる施設の造成ではなく、様々な人を巻き込むムーブメントとして進めていくことが重要。
- ・全体をマネジメントことは、本来、行政の役割だが、儲けるなど、新しい発想をいれるために、そこに民間入れるというのが大事。
- ・個別の事業をする民間事業者よりかは、まず全体をデザインする、行政と一緒にプロデュースしていくような、民間事業者をまずは決めるべき。

- ・都市公園区域とすることが前提となるのであれば、検討にあたり都市公園法の趣旨との整合性に留意すべき。
- ・検討対象区域は広さを持った敷地なので、少しずつやれる民間事業者を探していくという方法もある。1区画でもいいので、収益が出ている、マネタイズできている区画を持つことが重要。
- ・本事業に関心を持っている民間事業者がいるかなというところも含めて、サウンディングを是非丁寧にやるべき。
- ・トライアルイベントをやり、こういうのができるというのを見せることができれば、民間事業者にも事業のイメージが伝わっていく。
- ・事業を進めていく上で、核となるパッションを持った人をどうやって確保するかが課題。そのためには、一般的なサウンディングを排除するわけではないが、やはり人的なネットワークの中で、熱意を持って、個別に相談していくことも求めたい。

4. 閉会

以上